

« REUSSIR AVEC UN MARKETING RESPONSABLE » - SELECTION 2014

ENTREPRISE / MARQUE

EKYOG

INITIATIVE

Développement d'une filière textile plus responsable



Description de l'initiative

Date de lancement

2004

Description synthétique

EKYOG est une marque de prêt-à-porter qui a intégré, dans son processus de création, des engagements environnementaux et sociaux, en vue de proposer des vêtements plus respectueux de la Nature et des hommes, de ceux qui les fabriquent à celles qui les portent.

Afin d'assurer la bonne tenue de ces engagements le long de nos filières de production et d'assurer à nos clientes une traçabilité totale de nos modèles, nous avons mis en place une charte éthique à destination de nos partenaires.

Ceux-ci s'engagent à appliquer des principes stricts et à respecter des référentiels par étape de production et par matière :

- Respect des conditions sociales : nos partenaires doivent assurer un environnement de travail sain et sûr et, être capables d'évaluer les risques pour les anticiper (accès aux soins de premiers secours, normes de sécurité en cas d'incendie, accès à l'eau potable, port de matériel et d'équipements de sécurité).

- Respect de l'environnement : les matières utilisées dans les collections doivent respecter au maximum les certifications biologiques et écologiques existantes (GOTS, Oeko Tex, REACH, PEFC, FSC) afin d'assurer le respect de hauts critères environnementaux. De même, nos partenaires s'engagent à respecter des règles strictes concernant l'utilisation des ressources, le traitement des déchets et l'utilisation de substances chimiques. Chaque filière dispose de critères bien définis à respecter allant des principes de culture et d'élevage jusqu'au transport et au stockage, en passant par les étapes de transformation, de confection et d'ennoblissement.

- Respect de la santé des consommateurs : une attention particulière est portée aux substances nocives avec l'interdiction, par exemple, des colorants azoïques ou encore des métaux lourds. Nous mettons en place des tests sur les produits finis pour contrôler leur innocuité. Nous demandons à nos partenaires de respecter la norme REACH sur les substances chimiques.

Pour garantir le respect de notre charte, nous mettons en place des audits sociaux et environnementaux, menés par notre responsable du développement durable et une auditrice indépendante qualifiée SA8000. Ces audits visent à contrôler le bon respect de la charte et nous permettent d'assurer une transparence de la filière.

L'engagement de nos partenaires porte également sur une démarche de progrès en cherchant sans cesse de nouvelles solutions pour l'environnement et les hommes qu'ils managent. Nous souhaitons repousser les limites et trouver des alternatives toujours plus performantes et éthiques et construisons avec nos partenaires des relations durables et équitables.

Enfin, 10% des bénéfices de la marque sont reversées à l'association Terre d'Ekyog, qui mène des projets sociaux et environnementaux en collaboration avec des ONG.

Comment a-t-elle été déployée ?

2004 - 2005 : Premières collections développées en coton biologique principalement avec un partenaire en Inde.

2005 – 2008 : Développement de filières tricot, lin, tencel, mélange mohair/soie/coton bio à Madagascar.

Puis développement de filières en Afrique de l'ouest et en Europe.

Le développement des filières fait l'objet d'une réflexion et d'un travail continu, chaque saison, afin de les optimiser. Ce travail se fait en partenariat avec nos fournisseurs.

Comment a-t-elle été communiquée auprès des consommateurs ?

Après le virage stylistique pris par la marque en 2011, la communication auprès des clientes a principalement été basée sur le style et le positionnement mode de la marque. L'aspect éthique des collections étant le petit plus pour les clientes, sans qu'il soit au cœur de la communication.

En septembre 2013, l'opération « Green Chic & plus si affinités... » a été mise en place avec pour objectif de valoriser la traçabilité des modèles EKYOG du « champ » aux boutiques, en passant par la filature, la teinture et la confection. Dispositif : flash code en vitrine et sur les produits, PLV boutique, book en boutique et blog retraçant l'histoire et la traçabilité de chaque modèle, e-mail clientes et relais sur les réseaux sociaux.

EKYOG poursuit ensuite la mise en place d'opération de transparence quant à ses filières et à la fabrication de ses modèles :

- Mars 2014 : Capsule Homewear
- Mai 2014 : Participation et relais du « Printemps de l'optimisme »

En quoi est-elle innovante ?

EKYOG a été la première marque à construire une filière textile éthique dans le secteur de la mode, dès 2005, alors que peu de personnes parlaient alors de développement durable.

D'autre part, cela démontre qu'une autre production et consommation est possible dans le secteur de la mode.

Quelles ont été les difficultés et comment les avez-vous levées ?

- Il a fallu créer des filières complètes : de la culture des matières premières à la confection en passant par la filature et la teinture, respectant des règles strictes en termes d'engagements environnementaux et sociaux.

- Les matières correspondant à nos engagements sont rares et les minimas sont importants et souvent difficiles à atteindre pour une PME.

- Pour garantir le respect des principes de notre charte, nous mettons en place des audits sociaux et environnementaux, menés par notre responsable du développement durable et une auditrice indépendante qualifiée SA8000. Ces audits visent à contrôler le bon respect de la charte, à accompagner nos partenaires dans une démarche de progrès et nous permettent d'assurer la transparence de la filière.

Quels sont les prochaines étapes et les prochains objectifs liés à cette initiative ?

- EKYOG continue son travail sur les filières à chaque saison dans une volonté constante d'amélioration : échange avec les partenaires, poursuite des audits, ...

- Il est également important de pouvoir montrer que la traçabilité est possible à mettre en place dans le secteur de la mode c'est pourquoi EKYOG a été l'instigateur du Fashion Revolution Day en France. Il s'agit d'un mouvement regroupant 50 pays et incitant à l'éveil des consciences quant aux dessous de l'industrie textile. Grâce à un travail collaboratif permettant de regrouper des cas concrets, des filières éthiques, des initiatives positives venant du monde entier, l'objectif est de proposer des solutions durables, réalistes et transposables dans toute l'industrie de la mode.

Création de valeur

En quoi cette initiative a-t-elle été / est-elle créatrice de valeur :

- ***Pour la société (impact environnemental et social) ?***

Cette initiative permet de démontrer qu'il est possible de maîtriser sa chaîne d'approvisionnement dans le secteur du textile.
Elle permet également de garantir à nos partenaires des conditions de travail et des rémunérations décentes.
Elle permet de limiter notre impact sur la nature en limitant l'utilisation de produits chimiques et en maîtrisant les conditions de production de nos collections.
Elle permet de proposer à nos clientes des produits exempts de toute substance toxique ou nocive, véritable gage de respect de leur santé.

- ***Pour l'entreprise ?***

- Fierté des équipes en interne, d'appartenir à une entreprise différente, engagée dans une démarche profonde de développement durable et respectueuse de la nature et des hommes.
- Une image de marque très bonne auprès de nos clientes conscientes de la sincérité de la marque et de ses engagements impliquant une grande fidélité de leur part.
- Sur la saison 2013, avec la mise en place de l'opération « Green Chic et plus si affinités », nous avons constaté +8.6% de ventes sur un marché en négatif.

Quelles sont selon-vous les clefs de réussite d'un projet de marketing durable?

Les clefs de réussite d'un projet de marketing durable résident dans la sincérité de la démarche. Il faut donner envie aux gens d'adopter un comportement et/ou des pratiques plus responsables en montrant l'exemple.

Le succès d'EKYOG réside dans la désirabilité de la collection et des modèles proposés, qui est renforcé par les engagements éthiques de l'entreprise.

La cliente se fait plaisir en achetant un modèle qui lui plait tout en rendant le monde meilleur via le travail fait par EKYOG.

Pour en savoir plus

<http://ekyog-et-plus-si-affinites.blogspot.fr>

<http://info.ekyog.com/>